

ABSTRAK

Oleh: Nizar Suprayogo
1110579031

Mahasiswa Program Studi S-1 Fotografi
RT 02/ RW 01, Ds. Slawe, Kec. Watulimo, Kab. Trenggalek, Jawa Timur
No. Hp: 082220634958, E-mail: nizarsuprayogo@gmail.com

Berkembangnya produk lokal menjadi suatu fenomena positif yang ada di masyarakat, produk-produk baru bermunculan dengan kualitas yang tak kalah dari produk luar. Vanilla Leather adalah salah satu brand lokal yang ada di Yogyakarta, produk-produk yang dihasilkan adalah tas kulit dengan bahan kulit sapi *pull up* atau kulit sapi dengan kualitas terbaik. Kualitas produk Vanilla Leather tidak diiringi dengan kemasan foto produk yang bagus sehingga kurang berimbang antara kualitas produk dan kualitas iklan visualnya. Masalah tersebut menjadi awal timbulnya ide untuk berkerjasama dengan *owner* Vanilla Leather dan membuat ulang beberapa foto iklan produk Vanilla, sehingga bisa terjadi keseimbangan antara kualitas produk dan kualitas iklan visualnya. Pembuatan foto selain bertujuan untuk membuat ulang iklan visual produk juga bertujuan untuk pembuatan tugas akhir. Target pasar dari Vanilla Leather adalah para wanita karena kebanyakan produk yang diproduksi ditujukan untuk konsumen wanita, namun ada beberapa produk yang bisa digunakan oleh wanita maupun laki-laki. Konsep visual untuk iklan fotonya menggunakan teknik aksentuasi warna, yaitu adanya kekuatan pembeda yang ditimbulkan oleh suatu dominasi. Dominasi yang diciptakan pada karya ini menggunakan dominasi warna, adanya dominasi warna pada *background* serta properti dikontraskan dengan objek utama yaitu produk Vanilla Leather sehingga tercipta aksentuasi warna pada karya tersebut. Tujuan penggunaan aksentuasi warna untuk menggiring mata *audience* fokus kepada produk sehingga timbul rasa penasaran terhadap produk, selain itu penggunaan aksentuasi warna untuk membangun kesan ceria dan berwarna pada foto karena hal tersebut bersangkutan dengan konsumen wanita yang lebih menyukai hal yang ceria dan berwarna. Kemasan visual dengan media fotografi pada iklan produk Vanilla Leather memilih jenis fotografi *still life* karena bertujuan untuk fokus kepada objek utama yaitu produk Vanilla Leather.

Kata kunci: Aksentuasi Warna, Fotografi *Still Life*, Media Promosi, Produk Vanilla Leather

ABSTRACT

The development of local products became a positive phenomenon in the society, new products popping up with no less quality than foreign products. Vanilla Leather is one of the local brand in Yogyakarta, their products are leather bag with cow leather or pull up cowhide with the best quality. Vanilla Leather product quality is not accompanied with an appropriate photo of packaging product, it creates less balance between product quality and quality of visual advertising. The issue became inception of the idea to collaborate with the owner of Vanilla Leather and recreate some advertising product photos for Vanilla, so that it can be a balance between product quality and quality of visual advertising. The aim to re-create the visual advertising products is also to complete the thesis of bachelor degree in photography. The target market of Vanilla Leather are women because most products made for women consumers, but there are some products that can be used by women and men. The visual concept of advertisement photograph using the technique of color accentuation, namely their distinctive strengths generated by a domination. Domination that has been created on advertisement photos using color dominance, the dominant color of the background, such as properties are contrasted with Vanilla Leather products to create color accents on the photos. The use of color accents is to bring the audience's eyes to focus on products which raise curiosity about the product, besides the use of color accents to build cheerful and colorful impression on the photo because it is concerned with women consumers who prefer things cheerful and colorful. Visual Packaging with photography as the media on advertising product of Vanilla Leather choose the type of still life as it aims to focus on the main object that is Vanilla Leather products.

Keywords: color accents, Still Life Photography, Media Promotion, Vanilla Leather's Product

A. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman ilmu tentang fotografi pun juga semakin maju, bukan hanya perkara teknis saja namun juga merambah ke konsep yang dibawa oleh setiap fotografer. Percobaan eksplorasi banyak dilakukan oleh fotografer dengan media fotografi, selain itu fotografi yang menjadi sebuah media menjadikan fotografi itu sendiri terbuka bagi cabang disiplin ilmu lainnya. Disiplin ilmu yang berbeda-beda bisa menjadi langkah awal terciptanya karya fotografi, tapi dalam dunia fotografi dikerucutkan menjadi 3 *genre* besar fotografi, yaitu fotografi jurnalistik, fotografi komersial serta fotografi seni. Cabang ilmu fotografi mempunyai pendekatan fotografi yang berbeda-beda serta mempunyai tujuan yang berbeda pula. Fotografi komersial akan menjadi pokok bahasan tersendiri karena merupakan *genre mayor* dalam studi perkuliahan fotografi yang dipilih untuk merealisasikan tugas akhir penciptaan ini. Fotografi komersial bergerak dalam bidang fotografi industri, setiap foto yang dibuat mempunyai nilai jual/komersil. Definisi fotografi komersial menurut kamus fotografi merupakan cabang dari fotografi profesional, lebih banyak bekerja untuk memenuhi kebutuhan industri dalam iklan, penjualan, peragaan, untuk kebutuhan media massa ataupun publikasi khusus. Jiwa foto ini tidak hanya sekadar menyajikan data, tetapi juga diberi bumbu agar lebih menarik. Seringkali memanipulasi percetakan, warna, atau penggambaran yang berlebihan.

Fotografi komersial memiliki beberapa kategori pembagian, diantaranya, fotografi *fashion*, fotografi iklan/*advertising*, fotografi produk, fotografi *wedding/prewedding*, dan lain sebagainya. Tugas akhir ini akan membahas tentang fotografi iklan atau fotografi sebagai media pemasaran produk di dunia industri. Iklan menjadi salah satu sarana untuk membujuk seseorang, menyampaikan pesan serta mendapat perhatian dari para konsumen. Dalam iklan terdiri dari 2 unsur yaitu teks dan gambar, pada perkembangannya unsur gambar memiliki fungsi untuk membujuk para calon konsumen. Tampilan gambar yang mendekati kenyataan semakin memudahkan bujukan kepada masyarakat, bukan representasi produk saja tetapi juga model yang memeragakan pesan yang dibawa oleh iklan juga akan terlihat semakin nyata. Kemampuan gambar yang dihasilkan dari proses fotografi sangat memungkinkan pesan produk bisa tersampaikan. Perkembangan di dunia yang semakin canggih ini membuat masyarakat secara sadar maupun tidak sadar akan berhadapan langsung dengan fotografi.

Sekarang fotografi dipakai sebagai benteng terakhir orang untuk tetap sadar dengan kehidupannya sehari-hari. Karena kita dibombardir sama foto-foto, sama *imej-imej* di semua tempat, internet, televisi. Maka mereka menggunakan

fotografi juga untuk merekam kehidupannya sehari-hari, sebagai taktik untuk hidup sadar, berpijak pada realitanya sendiri (Soerjoatmodjo, 2015:47).

Melalui teknologi fotografi digital, realitas objek tidak hanya bisa direkam, diproduksi, tetapi juga dengan sangat sempurna dapat disimulasi sesuai dengan kehendak fantasi dari fotografer. Fantasi yang dimaksud di sini adalah teknik, kreatifitas, hingga keunikan yang akan ditonjolkan dalam foto tersebut hingga menampilkan pesan ide kreatif. Ada beberapa hal yang harus diingat ketika proses penciptaan sebuah iklan foto, yaitu pesan dari objek yang akan diambil harus tersampaikan dengan benar. Beberapa fotografer melakukan kesalahan dengan gagal mengkomunikasikan ide dan gagasan karena gagal mengidentifikasi suatu objek yang akan diambil. Fotografer wajib mempelajari pesan apa yang akan disampaikan oleh suatu iklan, sehingga setiap foto mempunyai orisinalitas dari keinginan fotografer dalam menyampaikan suatu yang bermakna sesuai dengan konsep iklan tersebut.

Jenis fotografi yang akan dipilih sebagai konsep pengkaryaan sebagai media penyampai pesan adalah jenis fotografi *still life*. Karya yang akan dibuat tidak hanya karya *still life* namun akan ada eksplorasi dengan warna. *Still life* adalah salah satu jenis fotografi yang memfokuskan pada objek benda mati, dalam fotografi *still life* fotografer dituntut jeli dan detail dalam menganalisis objek yang akan difoto. Bidang fotografi ini menuntut kemampuan dalam membuat komposisi sangat diperlukan apalagi objek yang difoto adalah benda mati dan harus menampilkan seolah-olah benda tersebut mempunyai nyawa. Fotografi *still life* dapat menceritakan sesuatu bahkan dapat memperlihatkan ketajaman, kontrasan warna. *Still life* fotografi tidak lepas dari unsur-unsur estetik dan artistik melalui karya yang dihasilkan, sehingga nilai-nilai keindahan dan makna yang tersirat dapat ditangkap oleh *audience*. Eksplorasi warna disini berfungsi sebagai poin utama dalam dekorasi artistik foto, untuk menonjolkan objek utama tanpa gangguan dari properti penunjang diperlukan adanya aksentuasi warna yang ditimbulkan oleh adanya dominasi warna. Karya seni tanpa dominasi akan terasa hambar, tidak ada greget, tidak ada vitalitas, tidak ada pusat perhatian sehingga tidak menarik. Sesuatu dapat menarik atau menjadi dominasi asalkan ada keistimewaan (Sanyoto, 2009:44). Proses pembuatan dominasi warna akan tertuju pada pewarnaan *background* serta properti menggunakan cat berwarna putih sebagai warna netral. Warna putih dipilih karena nanti setelah produksi pemotretan akan ada proses *editing* foto menggunakan aplikasi *Photoshop* untuk proses pewarnaan warna putih yang nantinya akan diganti dengan warna yang mempunyai jarak dua interval dengan objek utama.

Berdasarkan uraian dari latar belakang, rumusan masalah dalam penciptaan karya fotografi “Perancangan Fotografi *Still Life* dengan Visual Dominasi Warna sebagai Media Promosi Produk Vanilla Leather” ini antara lain, bagaimana menciptakan karya fotografi *still life* dengan visual dominasi warna, lalu mengemasnya menjadi *single* foto, agar mempunyai nilai komersial? Bagaimana menanamkan karakter produk Vanilla Leather kepada target *audience* melalui aksentuasi warna dalam wujud fotografi *still life*? Bagaimana mengemukakan ide/gagasan yang ada di pikiran penulis ke dalam bentuk karya fotografi? Pada karya tugas akhir ini karya-karya foto yang dibuat mengandalkan unsur dominasi warna dalam setiap karyanya. Penggunaan media olah digital menjadi alat dalam pengerjaannya. Setiap karya fotonya akan selalu menjadikan produk Vanilla Leather sebagai *point of interest* sehingga karakter produk dapat tersampaikan.

B. METODE PENCIPTAAN

1. Tahap Ide

Proses mengamati referensi visual setiap hari melalui media sosial atau web misalnya pada media Instagram, Pinterest dan juga Behance. Rutinitas seperti itu secara tidak langsung membentuk pola pikir dalam menciptakan sebuah karya, berawal pada tahun 2014 tren gambar desain maupun fotografi menampilkan visual yang simpel namun berkarakter, visual yang simpel mengerucut ke sajian warna dalam satu visual. Desainer atau fotografer menyajikan sedikit unsur warna dalam membentuk suatu visual, dan kesan bersih sangat kental dalam setiap visualnya. Visual-visual yang seperti itu dikonsumsi sehingga menimbulkan rasa ingin bereksperimen dengan karya menggunakan kekuatan warna.

Pada perkuliahan diambil mayor fotografi komersial, dan pada tugas akhir ini akan digunakan eksperimen warna sebagai ide dasar dalam membuat foto komersialnya. Pengalaman ketika melakukan program magang pada suatu asosiasi fotografer di salah satu studio yang berada di Jakarta, menambah pengalaman di dunia industri iklan sehingga membuat dipilihnya fotografi komersial yang mempunyai fungsi sebagai media iklan pada karya tugas akhir ini.

Proses pencarian ide tidak semata-mata dan mengakui bahwa ide karya bukanlah ide yang orisinal, maksudnya adalah ide dari karya ini terpengaruh dengan empiris ketika melihat suatu karya serta mendapat masukan dari setiap diskusi yang dilakukan dengan teman, mentor atau setiap orang yang ikut dalam pembuatan karya tugas akhir ini. Pendapat bahwa dalam perkembangan fotografi komersial yang sekarang ini fotografer bukanlah pengkarya tunggal dalam karyanya, fotografi komersial adalah pekerjaan tim dan fotografer disini berperan dalam memimpin dan menentukan keputusan akan karya yang sedang dibuat.

2. Tahap Perencanaan

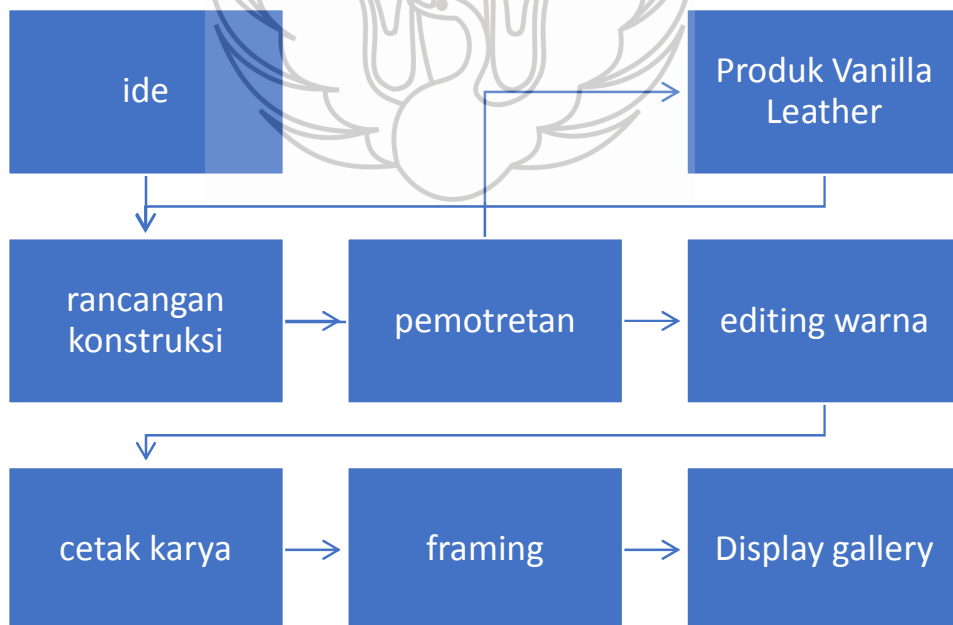
Pengalaman ketika melakukan program magang sangat membantu dalam pembuatan karya tugas akhir ini. Bertambahnya wawasan bagaimana membentuk suatu produksi foto yang sesuai dengan *Standart Operasional Production*(SOP). Pada pra produksi akan dibentuk sebuah tim untuk membantu proses pembuatan karya, tim ini akan dibagi *jobdesknya* sesuai dengan kebutuhan. Hal ini akan membantu dalam meringankan pekerjaan selama proses pembuatan karya. Setelah tim sudah terbentuk maka akan dilakukan brainstorming dengan pihak Vanilla Leather untuk mendapatkan diskripsi produk yang akan difoto.

Masih dalam proses pra produksi setelah mendapatkan diskripsi produk maka penulis mencari ide iklan secara visual yang akan ditampilkan. Proses ini meliputi pemilihan warna *background* dan properti kemudian pemilihan properti, mencari referensi komposisi objek dan mencari *set lighting* yang nantinya akan digunakan ketika proses produksi. Materi untuk pra produksi memasuki tahap terakhir yaitu pembuatan sketsa kasar yang bertujuan untuk patokan eksekusi karya pada proses produksi. Sketsa akan disusun dalam suatu *storyboard* yang nantinya juga diisi dengan keterangan produk, warna, properti, angel serta *set lighting*. Jadi setiap *storyboard* akan menghasilkan satu layout foto.

Tahap selanjutnya adalah proses produksi, proses produksi adalah proses dimana rencana yang sudah dibuat pada proses pra produksi dan dikemas dalam *storyboard* direalisasikan. Proses ini menuntut kerjasama tim sehingga tidak akan bekerja sendiri, Tahap produksi selesai dilanjutkan pada tahap *post* produksi di mana peran *digital imaging* sangat penting. *Digital imaging* akan *mengcompose* foto-foto produksi yang sesuai dengan rencana visual pada tahap pra produksi. Akan ada beberapa foto yang *dicompose* karena tidak memungkinkan untuk dilakukan dalam saat proses produksi. Beberapa proses di atas adalah gambaran tentang proses dalam pengkaryaan tugas akhir ini, sehingga setiap bentuk proses mempunyai sistem kerja yang jelas.

3. Tahap Pelaksanaan

Membawa objek/produk dan benda-benda pendukung kedalam studio. Melakukan pemotretan dengan terlebih dahulu menentukan komposisi objek, kemudian menentukan tata *lighting* sesuai dengan konsep yang diinginkan.



4. Proses Perwujudan

Menggunakan peralatan anatara lain, kamera digital DSLR Canon EOS 50D, Compact Flash (Transcend), Lensa Canon EF 24 -70mm f/2.8 L USM (Ultrasonic Motor), Laptop Toshiba Satellite L510, Aplikasi *Adobe Photoshop CC*, Flash meter Sekonic L-478D, *Harddisk External WD*, *Card Reader Transcend*, *Studio Lighting* dan aksesorisnya. Ada beberapa tahap dalam teknis pengkaryaan pembuatan karya penciptaan tugas akhir ini antara lain;

a. Ruang Tajam

Ruang tajam luas digunakan untuk menghasilkan ketajaman maksimal sudut perekaman agar mendapatkan detail pada setiap objek. *Focal length* yang sering digunakan antara 50mm-70mm, pada jarak tersebut sedikit kemungkinan terjadi distorsi pada objek. Jika *framing* objek kurang luas maka jarak kamera yang diubah dan bukan memainkan lensa pada *focal length* rendah. Mengubah posisi kamera menimbulkan masalah karena membutuhkan jarak yang panjang, sedangkan studio memiliki tempat yang terbatas. Jalan satu-satunya mencari alternatif *angle* ke atas untuk menambah jarak sehingga tidak terkena distorsi.

b. *Lighting* studio

Proses pemotretan menggunakan tata *lighting* standar pemotretan *still life* yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan. Pada produksi tugas akhir ini penulis menggunakan karakter pencahayaan dengan menggunakan asesoris softbox, hal ini bertujuan untuk mengurangi refleksi dan spekular yang ditimbulkan dari pantulan cahaya yang mengenai objek yang berbahan dasar kulit. Selain menggunakan softbox sebagai asesoris juga menggunakan reflektor untuk memberi tambahan *fill in light* pada bagian objek yang kurang mendapatkan cahaya. Tingkat kesulitan yang biasa terjadi ketika pemotretan adalah efek cahaya yang terpantul ke kulit objek jadi cara mengatasinya adalah dengan mencari *angle* yang tepat serta memposisikan *lighting* dengan benar.

Penggunaan *boom stand* sangat membantu dalam produksi foto tugas akhir ini. Sumber cahaya yang datang dari atas bisa dengan mudah dipindah sesuai kebutuhan. Karakter cahaya yang lembut adalah benang merah teknik pencahayaan pada setiap karya tugas akhir ini. Tujuan hal tersebut ingin membentuk citra modern, fresh dan kesan lucu pada setiap fotonya, citra tersebut dibentuk karena *output* foto akan dijadikan iklan produk Vanilla Leather dengan target konsumen para wanita pada usia produktif.

c. Olah digital

Pada tahap olah digital digunakan software Adobe Photoshop CC untuk membantu memaksimalkan hasil foto serta membantu pekerjaan yang pada saat proses pemotretan tidak mungkin dikerjakan, ada beberapa poin yang harus dikerjakan ketika proses editing dilakukan, seperti halnya meluruskan horizon yang tidak lurus akibat bentuk eternit. Setelah itu poin selanjutnya membersihkan bagian tekstur tembok dan yang terakhir adalah bagian pewarnaan.

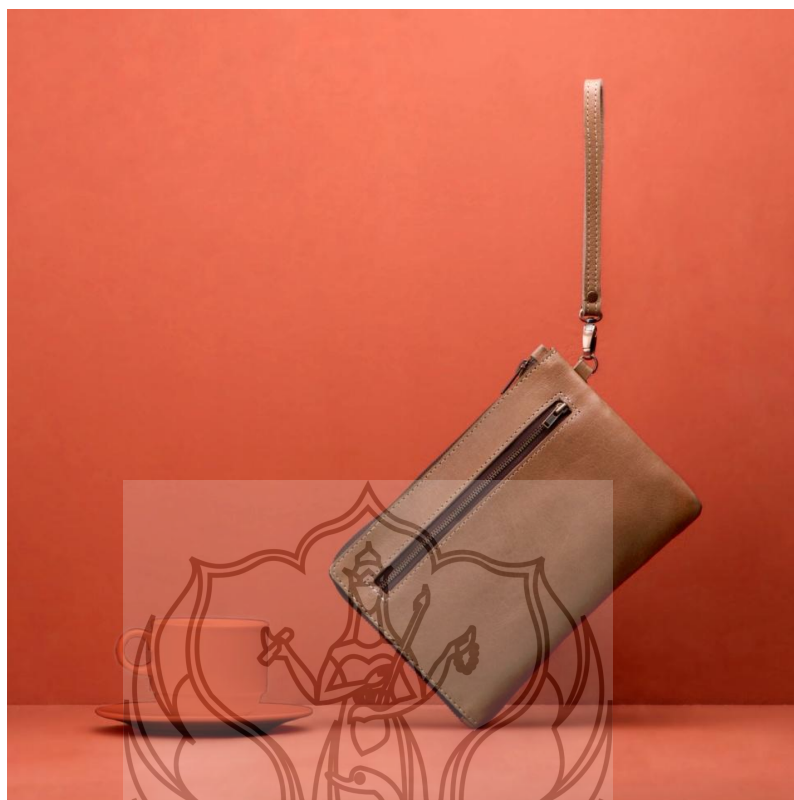
d. Tahap pemilihan foto

Setiap selesai pemotretan, dilakukan seleksi. Foto-foto yang tidak dipilih adalah foto-foto yang tidak memenuhi standar teknis fotografi. Semua foto tidak ada yang dihapus, tujuannya sebagai cadangan jika sewaktu-waktu dibutuhkan. Foto-foto yang terpilih dengan format RAW diubah menjadi format TIF, sebagai pertimbangan dalam proses *editing* agar resolusi gambar tetap pada format ukuran besar.

e. Tahap cetak

Foto yang sudah terpilih sesuai dengan kriteria foto dan tema dicetak dalam ukuran yang bervariasi dengan sisi terpendek 40cm. Menggunakan kertas foto Fujifilm dengan mesin cetak *digital/digital print*. Semua foto dicetak berwarna dengan resolusi tinggi dan kalibrasi warna yang akurat.

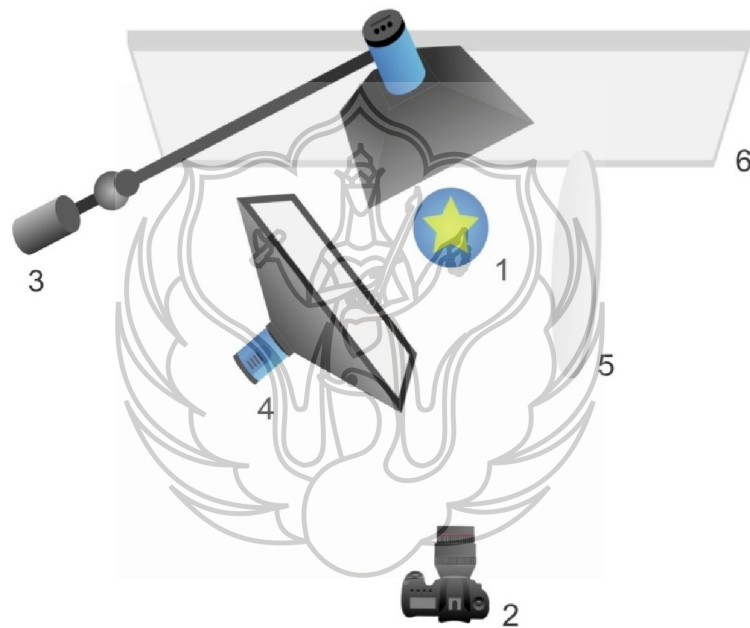
C. PEMBAHASAN KARYA



Judul : *Berry*
2017
Ukuran : 50cm x 50cm
Media : kertas foto glossy

Data Teknis

Diafragma : 11
Kecepatan rana : 1/125
ISO : 100
Focal Length : 70mm



- Kamera Canon 50D

- Lensa Canon L series 24-70mm

- Keterangan

1. Objek
2. Kamera
3. Boom stan + softbox
4. Softbox
5. Reflektor 1
6. Background

Berry adalah nama dari seri produk Vanilla Leather. Produk tas ini dari bahan kulit sapi jenis *pull up*, yaitu jenis kulit sapi yang tebal, lembut serta lentur, sehingga jenis kulit sapi ini digunakan untuk produk yang berkualitas atau *premium*. Berry berjenis *pouch bag* dengan desain *stylish* cocok digunakan untuk menemani aktivitas di luar rumah. Berry *pouch bag* bisa digunakan untuk membawa barang-barang kecil seperti kunci mobil dan benda kecil lainnya. Berry *pouch bag* mempunyai spesifikasi ukuran tinggi 23cm, panjang 16cm dan lebar 3cm.

Konsep foto menggunakan teknik aksentuasi warna dengan dominasi warna coklat merah serta warna kontras harmoni coklat kuning bertujuan untuk menggiring *point of interest* tertuju pada produk. Ilustrasi cerita pada foto merepresentasikan sebagian fungsi dari produk tersebut yaitu produk yang ditujukan kepada para wanita dan cocok digunakan untuk menemani acara santai maupun formal. Penempatan cangkir kopi adalah tanda suasana santai dengan aktivitas berkumpul bersama teman maupun rekan bisnis.

Teknis pemotretan menggunakan dua sumber cahaya dari lampu *flash*, masing-masing menggunakan asesoris *softbox*. Penggunaan asesoris *softbox* bertujuan untuk menghasilkan efek cahaya yang lembut. Karakter cahaya lembut menjadi benang merah dari setiap foto karena ingin menampilkan kesan ceria dan berwarna. Penempatan lampu berada di samping kiri sebagai *mainlight* serta pada posisi atas objek sebagai *effectlight*. Sisi sebelah kanan objek diberi reflektor untuk mengangkat bagian yang minim cahaya.

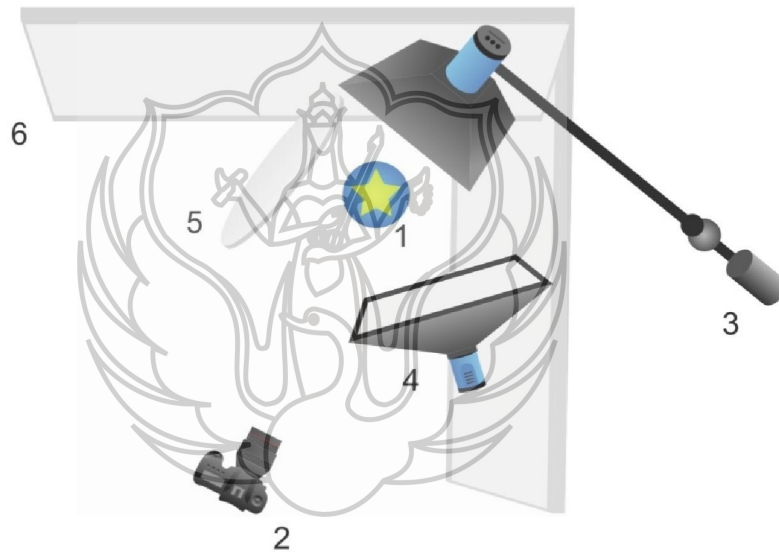


Judul : *Noah*
2017
Ukuran : 60cm x 40cm
Media : Kertas foto *glossy*



Data Teknis

Diafragma	: 11
Kecepatan rana	: 1/125
ISO	: 100
<i>Focal Length</i>	: 57mm



- Kamera Canon 50D

- Lensa Canon L series 24-70mm

- Keterangan

1. Objek
2. Kamera
3. Boom stan + softbox
4. Softbox
5. Reflektor 1
6. Background

Noah adalah nama dari seri produk Vanilla Leather. Produk ini dari bahan kulit sapi jenis *pull up*, yaitu jenis kulit sapi yang tebal, lembut serta lentur, sehingga jenis kulit sapi ini digunakan untuk produk yang berkualitas atau *premium*. Noah merupakan perpaduan antara *backpack* dan *passanger bag* cocok digunakan untuk pria maupun wanita. Desain yang elegan, simple, dan *stylish* sangat sangat menunjang penampilan penggunanya dalam keseharian. Noah *bag* memiliki ruang serbaguna di dalamnya yang memudahkan penggunanya menyimpan barang yang dibutuhkan. Noah *bag* mempunyai spesifikasi ukuran tinggi 31cm, panjang 25,5cm, lebar 10cm, dan *sling bag* +/-100cm.

Konsep foto menggunakan teknik aksentuasi warna dengan dominasi warna hijau serta warna kontras coklat merah bertujuan untuk menggiring *point of interest* tertuju pada produk. Ilustrasi cerita pada foto merepresentasikan sebagian fungsi dari produk tersebut yaitu produk yang ditujukan kepada para pria atau wanita yang suka bepergian tanpa meninggalkan kesan *stylish* dan *fashionable*. Penempatan buku agenda serta bulpen menggambarkan rutinitas seseorang yang mempunyai kesibukan rutin misalnya mahasiswa ataupun karyawan sebuah perusahaan.

Teknis pemotretan menggunakan dua sumber cahaya dari lampu *flash*, masing-masing menggunakan asesoris *softbox*. Penggunaan asesoris *softbox* bertujuan untuk menghasilkan efek cahaya yang lembut. Karakter cahaya lembut menjadi benang merah dari setiap foto karena ingin menampilkan kesan ceria dan berwarna. Penempatan lampu berada di samping kanan sebagai *mainlight* serta pada posisi atas objek sebagai *effectlight*. Sisi sebelah kiri dan bawah objek diberi reflektor untuk mengangkat bagian yang minim cahaya.

D. SIMPULAN

Wacana pemerintah tentang pengembangan-pengembangan usaha lokal untuk menghadapi MEA(Masyarakat Ekonomi Asean) berdampak positif di kalangan masyarakat, munculnya *brand-brand* lokal membantu meningkatkan nilai ekonomi di masyarakat. *Brand* lokal dari Kota Yogyakarta yaitu Vanilla Leather menjadi salah satunya, dengan produk utama tas berbahan kulit siap meramaikan pasar di tanah air. Produk dengan kualitas bagus tidak diiringi dengan visual iklan yang menarik, disitu muncul peluang untuk bekerja sama dalam membuat ulang beberapa iklan produk Vanilla Leather. Kemasan visualnya disesuaikan dengan tren visual iklan tas yang sedang digemari oleh konsumen. Target pasar dari produk Vanilla Leather kebanyakan adalah kaum wanita maka dipilih konsep visual yang ceria dan berwarna, sehingga diharapkan visual iklan yang dibuat akan menarik setiap calon konsumen untuk melihat dan penasaran dengan produk-produk Vanilla Leather.

Konsep visual dengan menggunakan media fotografi dengan teknis aksentuasi warna dipilih karena dirasa cocok untuk merepresentasikan kesan yang ceria dan berwarna. Objek utama dalam karya foto adalah produk Vanilla Leather yang dikemas dengan warna kontras harmonis dengan objek lain seperti background dan properti pendukung. Warna yang beda bertujuan untuk menggiring mata *audience* kepada produk Vanilla Leather karena adanya unsur aksentuasi yang tercipta oleh dominasi warna yang diciptakan oleh warna dominan dari *background* dan properti.

Menentukan warna yang kontras harmonis dari produk adalah salah satu tantangan yang muncul ketika proses *editing*. Pemilihan warna tidak boleh mengasal karena akan berpengaruh pada harmonisasi komposisi warna yang diciptakan. Digunakannya literasi buku serta materi dari internet sebagai sumber menentukan warna kontras harmonis yang akan diaplikasikan pada *background* serta properti, sehingga bisa tercipta komposisi warna yang harmonis. Aksentuasi warna yang tercipta dalam karya foto muncul karena adanya suatu dominasi warna, dominasi warna menimbulkan warna kontras yang terjadi pada produk

Vanilla Leather. Kontras tersebut yang menjadi aksentuasi warna, fungsi dari aksentuasi warna sebagai penarik perhatian mata *audience* untuk fokus terhadap foto produk.

Proses produksi foto dalam pembuatan tugas akhir ini banyak memberikan, misalnya untuk manajemen tim serta cara membangun relasi dengan klien dimana pada kasus ini klien yang dimaksud adalah *owner* dari Vanilla Leather. Pergantian beberapa personil dalam tim menjadi penghambat untuk kelancaran produksi, beberapa faktor seperti kesibukan kerja masing-masing dari personil membuat jadwal yang sering berubah. Tidak adanya paksaan atau tindak tegas untuk jadwal yang sering berubah-ubah mengingat produksi pemotretan ini bukan untuk proyek komersil jadi tidak ada kontrak kerja, namun perlunya berpikir cepat untuk mencari jadwal yang pas atau mencari pengganti personil yang bisa membantu dalam proses produksi.

Komunikasi dengan klien sangat berpengaruh pada keberhasilan karya tugas akhir ini, mulai dari pengajuan proposal kerjasama, *brainstorming* untuk menentukan konsep serta *finishing* visual. Menyadari akan kesibukan klien maka komunikasi selalu dijaga dengan baik dan inten sehingga klien merasa nyaman dalam menjalin kerjasama dan imbasnya adalah kelancaran dalam membuat tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

MES 56. 2015. *Cerita Sebuah Ruang*. Yogyakarta: Indo Art Now.
Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana*. Yogyakarta: Jalasutra.